



Diskursus Ilmu Manajemen STIESA (Dimensia)

Volume 17 Nomor 01 Tahun 2020 (Hal : 14-25)

<https://ojs.stiesa.ac.id/index.php/dimensia>

ISSN 1693-1866 (Print)

QUALITY ANALYSIS OF SERVICE WITH SERVQUAL (SERVICE QUALITY) METHOD IN TINI CAKE CATERING & COOKIES MALAYSIA RESTAURANT

Silmi Yuthika Sany¹ Kuncorosidi² Mutqi Sopiawadi³

¹ Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sutaatmadja Subang, Indonesia

Yuthikasilmi026@gmail.com

INFO ARTIKEL

Histori Artikel :

Tgl. Masuk : 17 Maret 2020

Tgl. Diterima : 18 Maret 2020

Tersedia Online : 18 April 2020

Keywords:

Servqual, Tangibles, Reliability, Responsiveness, Empathy, Assurances

ABSTRAK/ABSTRACT

Restaurant Catering Tini Cake & Cookies is a homemade catering based restaurant that provides buffet food in Malaysia. The purpose of this study is to analyze on service quality and determine the attributes that become a priority in improving the quality of restaurant service Tini Cake & Cookies. The method used in this research is Servqual (Service Quality). This method measures the quality of service and be used to analyze the cause of service problem and dimensions used in this research are tangibles, reliability, responsiveness, empathy, and assurance. From the research result can be seen that the quality of service at the restaurant has not meet the need and desires of consumers.

Based on the Servqual analysis shows that the attribute of improvement priority is attribute RES3 (the speed of the restaurant in responding to conditions when seat is full) from Responsiveness dimension. Based on the assesment, the attribute has the greatest negative gap value of -0,64 so it needs to be improved from human side.

PENDAHULUAN

Di era saat ini perkembangan sektor industri yang bergerak dalam barang dan jasa semakin mengalami peningkatan sehingga menjadikan persaingan dalam dunia usaha menjadi semakin ketat. Perkembangan yang semakin cepat dalam segala bidang menjadi karakteristik utama dari lingkungan dunia usaha, hal ini menuntut manajemen untuk piawai dalam mengantisipasi setiap perubahan yang terjadi dalam aktivitas perekonomian dunia. Untuk dapat bersaing secara kompetitif, perusahaan harus memiliki keunggulan baik dalam produk maupun jasa yang ditawarkan serta mempersiapkan diri untuk dapat mempertahankan kualitasnya. Jika produk dan jasa yang dihasilkan oleh

perusahaan unggul, kepuasan konsumen akan terpenuhi dan ketika semua itu terpenuhi maka konsumen akan menjadi loyal. Dalam jangka waktu yang lama hal ini akan membuat perusahaan dapat bertahan dan berkembang menjadi lebih besar. Salah satu faktor yang mendorong tercapainya kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumennya.

Belakangan ini usaha yang sedang mengalami peningkatan adalah usaha dibidang jasa kuliner. Prospek usaha dibidang kuliner ini bisa dikatakan cukup baik karena usaha dalam bidang ini merupakan bisnis yang banyak diminati, karena selain dilihat dari keuntungan yang tinggi, makanan juga merupakan kebutuhan pokok semua orang. Beragam menu andalan ditawarkan mulai dari

No	Nama Restoran Pesaing
1	Restoran Nasi Padang Kampung Baru
2	Restoran Chop N Steak
3	Wong Solo
4	Restoran Rose
5	Suraya Nasi Kukus
6	Kampung Baru Seafood
7	Datuk Nik New
8	Nasi Lemak Antarabangsa

pedagang kecil hingga restoran berskala besar. Perkembangan usaha dibidang kuliner ini tidak terlepas untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Upaya yang dapat dilakukan dalam mengatasi persaingan dengan usaha yang sama dalam bidang kuliner adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yang baik merupakan pendekatan utama untuk memberikan persepsi dan ekspektasi sesuai dengan yang diharapkan sehingga kepuasan konsumen terpenuhi.

Setiap konsumen memiliki persepsi dan ekspektasi yang berbeda-beda, hal ini dapat menjadi salah satu penyebab terjadinya penurunan tingkat kepuasan konsumen. Bagi sebagian usaha di bidang kuliner untuk memperoleh dan mengetahui kepuasan konsumen tidaklah mudah, perlu adanya proses pemenuhan kepuasan konsumen dan sistem pelayanan yang mendukung, sehingga konsumen akan merasa senang dengan produk dan jasa yang dibutuhkan serta merasa nyaman dengan pelayanan yang diberikan.

Restoran Catering Tini cake & Cookies merupakan salah satu restoran catering yang berada di Negara Malaysia yang berdiri pada tahun 2001 dan memiliki karyawan sebanyak 10 orang. Restoran ini merupakan usaha sendiri berbasis homemade yang menyajikan makanan secara buffet/prasmanan, serta menyediakan dan menjual berbagai kue dan roti. Restoran ini berada di Jl. Raja Uda No 54, Kampung Baru Kuala Lumpur, Malaysia 50300. Jam kerja yang diberlakukan Restoran Catering Tini cake & Cookies dimulai pada jam 10.00 - 22.00.

Tabel.1 Daftar Pesaing Restoran Catering Tini Cake & Cookies

Berdasarkan tabel diatas terlihat adanya persaingan bisnis kuliner di sekitar Restoran Catering Tini Cake & Cookies. Untuk mempertahankan pangsa pasar bisnis kuliner ini pihak restoran harus meningkatkan kualitas layanan serta menerapkan strategi yang tepat agar dapat mengetahui pelayanan apa saja yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen sehingga dapat melebihi ekspektasi dan meningkatkan pelayanan apa saja yang belum memenuhi ekspektasi konsumen.

Penelitian yang dilakukan ini menggunakan metode Servqual (*Service Quality*). Metode ini berupa kuesioner dengan penilaian terhadap 5 (lima) dimensi atribut yaitu *Tangibles*, *Reability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Emphaty* yang digunakan untuk mengukur tingkat persepsi dan ekspektasi konsumen terhadap kualitas pelayanan yang dirasakan dan yang diharapkan. Yang menjadi rumusan permasalahan dalam penelitian ini adalah apakah kualitas pelayanan Restoran Catering Tini cake & Cookies sudah memenuhi harapan konsumen dan atribut apa saja yang perlu dikembangkan dan diperbaiki agar kualitas pelayanan terhadap persepsi dan ekspektasi konsumen meningkat. Tujuan dari penelitian ini adalah melakukan penilaian tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan serta menentukan atribut yang menjadi prioritas dalam perbaikan kualitas pelayanan Restoran Catering Tini cake & Cookies Malaysia.

Berdasarkan pemikiran diatas, maka dilakukan penelitian dengan mengambil judul "Analisis Kualitas Pelayanan Dengan Metode Servqual (*Service Quality*) Pada Restoran Catering Tini cake & Cookies Malaysia".

KERANGKA TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Manajemen Operasi

Menurut Ishak (2010:2) manajemen operasi merupakan pengelolaan sistem transformasi yang mengubah masukan

menjadi barang dan jasa. Sedangkan menurut Heizer dan Render (2017:3) manajemen operasi adalah sebuah kegiatan penciptaan nilai dalam bentuk barang atau jasa melalui proses input menjadi output. Maka dapat dikatakan bahwa manajemen operasi adalah sebuah proses perbaikan sistem secara berkelanjutan serta merupakan perubahan dari sumber daya yang dimiliki perusahaan untuk mencapai tujuan berupa output sebagai barang atau jasa yang diinginkan.

Total Quality Management

Menurut Tjiptono dan Diana (2003:4) Total Quality Management merupakan suatu pendekatan dalam melakukan usaha yang berguna untuk mengoptimalkan daya saing antar organisasi yang melalui proses perbaikan secara terus-menerus baik dari produk, jasa, manusia, proses dan lingkungannya.

Total Quality Management (TQM) disimpulkan sebagai komitmen organisasi untuk memuaskan pelanggan yang melibatkan manajemen perbaikan yang berkelanjutan guna untuk menghasilkan produk atau jasa yang berkualitas tinggi.

Kualitas

Kualitas merupakan sesuatu yang harus dilakukan oleh penyedia barang dan jasa dengan baik. Kualitas merupakan bagian utama strategi perusahaan dalam rangka meraih keunggulan yang berkesinambungan. Dalam perspektif TQM (Total Quality Management) kualitas dipandang secara lebih luas, dimana tidak hanya aspek hasil yang di lihat, melainkan juga meliputi proses, lingkungan dan manusia. Menurut Goetsch dan Davis (1994) dalam Tjiptono (2012:152) kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas dikatakan baik atau tidak tergantung pada penyedia jasa dalam memenuhi harapan konsumen secara konsisten.

Kualitas Pelayanan

Menurut Lewis dan Booms dalam Tjiptono dan Chandra (2016:125) kualitas pelayanan merupakan ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Dari definisi tersebut kualitas pelayanan dapat terwujud melalui pemenuhan keinginan dan kebutuhan konsumen serta ketepatan penyampaianya dalam mengimbangi harapan konsumen.

Menurut Parasuraman dalam Tjiptono dan Chandra (2016:125) kualitas pelayanan dipengaruhi oleh dua faktor yakni *expected service* dan *perceived service*. Kualitas pelayanan dikatakan baik dan memuaskan jika pelayanan yang diterima sebanding atau melebihi apa yang diharapkan.

Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman, et al., dalam Fandy Tjiptono (2016:2137) terdapat lima dimensi utama kualitas pelayanan yaitu:

1. Reliabilitas (*Reliability*), merupakan kemampuan dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
2. Daya Tanggap (*Responsiveness*), yakni keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan secara cepat dan tanggap.
3. Jaminan (*Assurance*), mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf; bebas dari bahaya, resiko, dan keragu-raguan.
4. Empati (*Empathy*), meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan.
5. Bukti Fisik (*Tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.

Berdasarkan kelima dimensi tersebut, maka kepuasan pelanggan dapat diukur, dipahami dan dijadikan suatu hasil yang baik untuk kepentingan peningkatan kualitas pelayanan.

Metode Servqual

Metode Servqual dikembangkan oleh tiga orang pakar kualitas layanan yakni Parasuraman, Zeithaml dan Berry (1988). Metode ini menganalisis gap antara dua variabel pokok, yakni layanan yang diharapkan dan persepsi konsumen terhadap persepsi yang diterima. Dalam metode servqual terdapat 5 gap yaitu :

1. Gap 1, merupakan kesenjangan antara persepsi manajemen dengan terhadap ekspektasi konsumen.
2. Gap 2, merupakan kesenjangan antara persepsi manajemen terhadap spesifikasi kualitas jasa.
3. Gap 3, merupakan kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dengan penyampaian jasa.
4. Gap 4, merupakan antara kesenjangan penyampaian jasa dengan komunikasi eksternal.
5. Gap 5, merupakan kesenjangan antara persepsi dan ekspektasi konsumen.

Perhitungan Metode Servqual

Analisis kualitas pelayanan menggunakan metode servqual akan mencakup perhitungan perbedaan nilai yang diberikan pelanggan untuk setiap pasang pernyataan (atribut) yang

$$\bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n} \quad (3) \quad \bar{X} = \frac{\sum X_i}{n} \quad (4)$$

berkaitan dengan harapan dan persepsi tersebut. Skor servqual dapat dihitung berdasarkan rumus berikut :

Menjumlahkan nilai harapan (Y) dan persepsi (X) dari setiap atribut seluruh responden, kemudian dihitung rata-ratanya.

$$NS_i = \bar{X}_i - \bar{Y}_i \quad (5)$$

Keterangan :

X = nilai rata-rata tingkat persepsi.

Y = nilai rata-rata tingkat harapan.

n = jumlah responden.

$$\overline{NS_{ij}} = \frac{\sum NS_i}{A} \quad (6)$$

Menghitung gap atau kesenjangan antara nilai rata-rata persepsi $\overline{NS_{ij}}$ dengan nilai rata-rata harapan.

Keterangan :

Nsi = nilai servqual (gap) tiap atribut.

Menghitung rata-rata dari seluruh kesenjangan (gap) seluruh atribut tiap dimensi.

Keterangan :

Nilai rata-rata per atribut

A = banyaknya atribut tiap dimensi.

Menjumlahkan hasil perhitungan tiap dimensi lalu disimpulkan dengan ketentuan, nilai kepuasan negatif (<0) menunjukkan adanya kesenjangan antara harapan dan persepsi konsumen. jika nilai kepuasan positif (>0) menunjukkan kualitas pelayanan telah melebihi tingkat kepuasan konsumen. bila nilai kepuasan sama dengan nol (=0) menunjukkan kualitas pelayanan telah sesuai dengan harapan konsumen.

Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu mengenai kualitas pelayanan telah dilakukan oleh beberapa peneliti seperti :

Bakhtiar (2010) dengan menggunakan metode Servqual dan model Kano pada PT PLN UPJ Semarang dengan judul Analisis Kualitas Pelayanan Yang Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan metode Servqual dan Model Kano (Studi Kasus: PT PLN UPJ Semarang Selatan).

Rahman & Supomo (2012) dengan menggunakan metode Quality Function Deployment (QFD) pada pekerja reparasi kapal dengan judul Analisa Kepuasan Pelanggan Pada Pekerja Reparasi Kapal Dengan Metode Quality Function Deployment (QFD)

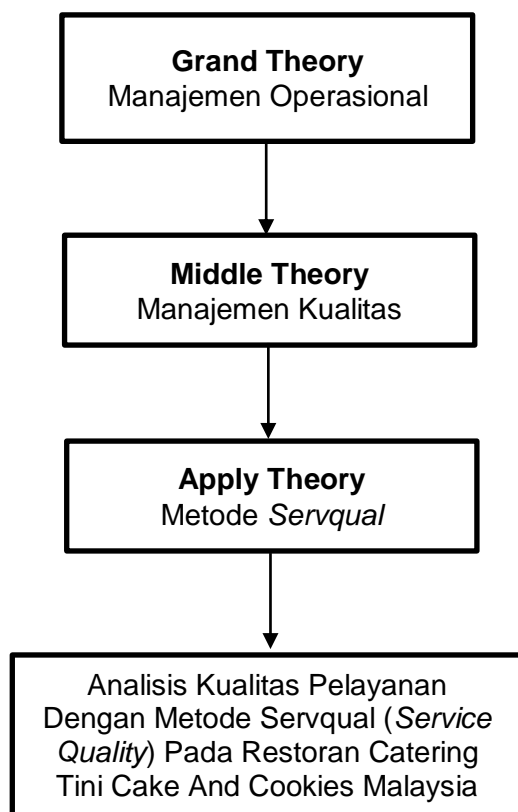
Feki Dwi Putra (2013) dengan judul Analisis Kualitas Pelayanan Konsumen Pada Ritel Pamella I Yogyakarta dengan menggunakan metode servqual. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dimensi yang dominan dan untuk mengetahui apakah dimensi-dimensi

dinilai sama pentingnya oleh konsumen Pamela I Yogyakarta.

Meryana, dkk (2014) dengan judul *Penilaian Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode Servqual dan Six Sigma (Studi Kasus Pada Restoran Dahlia Pasuruan)*. Dari hasil penelitian ini diketahui bahwa kualitas pelayanan di restoran belum memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, berdasarkan analisis six sigma tingkat sigma yang dicapai jauh dari target 6 sigma sehingga perlu dilakukan perbaikan.

Dwi Aryanti, dkk (2013) menggunakan analisis metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dengan judul *Analisis Tingkat Pelayanan Restoran Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus: Pada Dua Restoran di Kompleks Pertokoan Way Halim Permai Kota Bandar Lampung)* dari hasil penelitian diketahui bahwa skor harapan terhadap atribut kenyamanan restoran dan keramahan pramusaji lebih tinggi dibandingkan skor kinerja. Kesesuaian kinerja masing-masing secara keseluruhan dianggap memuaskan dengan rata-rata 90%.

Bagan Kerangka Pemikiran



METODOLOGI PENELITIAN

Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Restoran Catering Tini cake & Cookies yang berlokasi di Jl. Raja Uda No 54, Kampung Baru Kuala Lumpur, Malaysia 50300.

Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Menurut (Sugiyono, 2012:402), data primer adalah data langsung yang diberikan kepada pengumpul data. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya, diamati, dicatat dan diolah untuk pertamakalinya melalui hasil pengisian kuesioner. Dalam penelitian ini data primer diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada pengunjung Restoran Catering Tini cake & Cookies sebagai responden yaitu mahasiswa/i STIE Sutaatmadja yang melakukan kegiatan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) di Malaysia yang telah ditentukan sebagai subjek penelitian berupa data mentah yang berisi tanggapan responden.

Menurut (Sugiyono, 2012:402), data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data sekunder merupakan data-data yang dikumpulkan oleh pihak lain atau lembaga pengumpul data yang kemudian dipublikasi. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui studi pustaka baik berupa buku-buku literatur, jurnal, data dari internet dan skripsi penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan materi kajian.

Metode Penelitian

Menurut Sugiyono (2012:5) metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dikembangkan, dan dibuktikan, suatu pengetahuan tertentu sehingga dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah.

Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif. Metode ini dimaksudkan untuk mengumpulkan data historis dan mengamati secara seksama mengenai aspek-aspek tertentu yang berkaitan dengan masalah yang sedang diteliti sehingga akan diperoleh data-data yang dapat mendukung kemudian diolah dan dianalisis dengan dasar teori yang telah dipelajari sehingga memperoleh gambaran mengenai objek dan dapat ditarik kesimpulannya.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini melalui :

- Observasi, metode ini dilakukan dengan tujuan untuk mencari, melihat, kemudian mencatat secara sistematis terkait topik penelitian.
- Studi pustaka, dilakukan dengan membaca dan mempelajari beberapa referensi seperti literatur terkait sebagai landasan kuat dalam analisis penelitian.
- Kuesioner, metode penyebaran daftar pertanyaan kepada responden untuk memperoleh informasi terkait penelitian.

Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2015:119) populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh mahasiswa/i sebagai pengunjung di Restoran Catering Tini cake & Cookies. Menurut Sugiyono (2015:116) sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.

Teknik penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini tergolong ke dalam *probability sampling* dengan menggunakan teknik *simple random sampling*, dimana masing-masing elemen populasi mempunyai kemungkinan pemilihan yang sama. Pengambilan sampel penelitian berdasarkan perhitungan metode *Slovin* yaitu sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel.

N = Jumlah Populasi.

e = Perkiraan tingkat kesalahan.

maka :

$$n = \frac{139}{1 + 139 (0,05)^2}$$

$$n = 103,153989 \approx 103$$

Maka diperoleh sampel sebanyak 103 responden. Penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner dengan skala likert. Kuesioner dilakukan uji validitas dan reliabilitas menggunakan alat *software Statistical Package for Social Science (SPSS)* versi 22.

Uji Validitas

Uji validitas data bertujuan untuk mengetahui apakah dalam (instrumen) kuesioner yang digunakan sebagai alat ukur dianggap relevan atau tidak. Menurut Sugiyono (2017:125) validitas menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Pengujian validitas kuisisioner dilakukan dengan menggunakan *software Statistical Package for Social Science (SPSS)* versi 22.

Kriteria pengujian validitas adalah sebagai berikut :

- Jika r hitung $>$ r tabel dan bernilai positif, maka variabel tersebut dinyatakan valid dan relevan.
- Jika r hitung $<$ r tabel, maka variabel tersebut dinyatakan tidak valid dan tidak relevan.

Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2017:130) uji reliabilitas adalah uji sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh pernyataan. Maksud dari uji reliabilitas

adalah untuk mengetahui apakah kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini menunjukkan tingkat ketepatan, keakuratan dan konsistensi meskipun kuesioner ini digunakan lebih dari satu kali pada lain waktu. Uji reliabilitas dilakukan terhadap item pernyataan dalam kuesioner yang telah dinyatakan valid. Menurut Sekaran dalam Priyatno (2010:98) reliabilitas kurang dari 0,6 dinyatakan kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan diatas 0,8 adalah baik. Pengujian reliabilitas kuesioner dilakukan dengan menggunakan *software Statistical Package for Social Science (SPSS)* versi 22.

HASIL DAN PEMBAHASAN

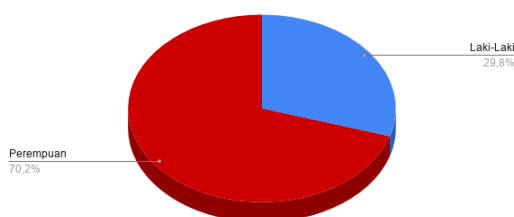
Profil Singkat Restoran Catering Tini cake & Cookies

Restoran Catering Tini cake & Cookies merupakan salah satu restoran berbasis homemade catering yang menyediakan makanan secara buffet/prasmanan di Malaysia yang berlokasi di Jl. Raja Uda No 54, Kampung Baru Kuala Lumpur, Malaysia 50300. Restoran ini berdiri sejak tahun 2001 dan memiliki jumlah tenaga kerja sebanyak 10 orang. Restoran Catering Tini cake & Cookies buka pada pukul 10.00 – 22.00. Restoran berkapasitas kurang lebih 100 orang dilengkapi dengan fasilitas buffet atau prasmanan. Menu yang tersedia seperti makanan khas melayu, seafood, western dan pasta serta menyediakan berbagai macam kue dan roti.

Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa/i STIE Sutaatmadja

Jumlah Jenis Kelamin

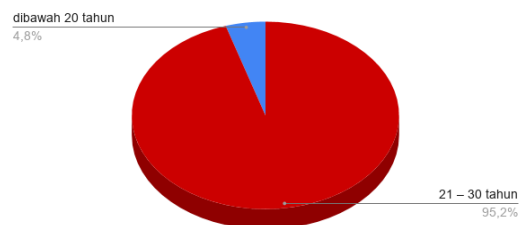


sebagai pengunjung Restoran Catering

Tini cake & Cookies yang pernah mengkonsumsi makanan dan minuman di restoran tersebut minimal satu kali, baik laki-laki maupun perempuan yang mampu memberikan penilaian terhadap variabel-variabel kualitas pelayanan.

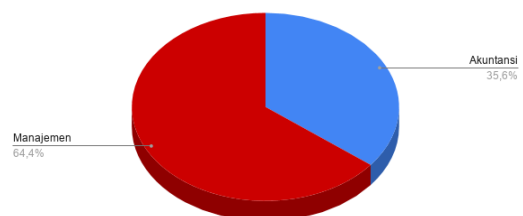
Jumlah responden dalam penelitian ini adalah sebanyak 103 responden. Karakteristik responden lebih banyak berjenis kelamin perempuan dengan jumlah 70,2% sedangkan laki-laki 29,8%.

Jumlah Rentang Usia



Gambar 2. Jumlah Rentang Usia Mayoritas usia responden berkisar antara 21-30 tahun dengan jumlah 95,2%.

Jumlah Jurusan



Gambar 3. Jumlah Jurusan Sebagian besar responden adalah mahasiswa/i jurusan manajemen dengan jumlah 64,4% dan jurusan akuntansi 35,6%.

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui ketepatan dan kelayakan setiap pernyataan yang diajukan sehingga suatu variabel dapat diidentifikasi. Ukuran valid atau tidaknya suatu pernyataan dapat dilihat dari output SPSS versi 22 berupa nilai item total statistik masing-masing pernyataan. Dinyatakan valid apabila r hitung $>$ r tabel. Nilai r tabel dengan taraf signifikan $\alpha = 0,05$ dan $df = n-2 = 103 - 2 = 101$ sebesar 0,1937. Hasil output SPSS yang diperoleh untuk uji validitas dari

setiap pernyataan dapat dilihat sebagai berikut :

Gambar 1. Jumlah Jenis Kelamin

Dimensi Atribut Kualitas Pelayanan	r hitung (Persepsi)	r hitung (Ekspektasi)
Tangibles		
T.1	0,539	0,830
T.2	0,353	0,768
T.3	0,619	0,823
T.4	0,601	0,800
T.5	0,430	0,748
T.6	0,577	0,720
Reliability		
REL.1	0,545	0,841
REL.2	0,626	0,765
REL.3	0,658	0,824
REL.4	0,569	0,849
Responsivness		
RES.1	0,739	0,894
RES.2	0,694	0,884
RES.3	0,711	0,852
RES.4	0,480	0,703
Empathy		
E.1	0,428	0,781
E.2	0,617	0,791
E.3	0,684	0,695
E.4	0,646	0,849
Assurance		
AS.1	0,511	0,828
AS.2	0,662	0,786
AS.3	0,524	0,806

Sumber : Hasil olahan data melalui SPSS ver. 22

Berdasarkan hasil uji tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan kuesioner yang digunakan dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah suatu instrumen penelitian dapat dipercaya atau tidak berdasarkan tingkat ketepatan, kestabilan dan konsistensi suatu alat ukur. Jika koefisien r hitung lebih dari r tabel = 0,6 maka instrumen dinyatakan reliabel. Hasil output SPSS yang diperoleh untuk uji reliabilitas dari setiap dimensi dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Dimensi	Koefisien (persepsi)	Koefisien (Ekspektasi)
Tangibles	0,772	0,924
Reliability	0,790	0,922
Responsivness	0,822	0,927
Empathy	0,787	0,901
Assurance	0,745	0,903

Sumber : Hasil olahan data melalui SPSS ver 22.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas
Item-Total Statistics

Berdasarkan hasil uji tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa alat ukur penelitian bersifat reliabel.

Atribut Lima Dimensi Servqual

Setelah data dari kuesioner terkumpul kemudian dilakukan pengujian dan dinyatakan valid serta reliabel. Berikut ini merupakan daftar pernyataan yang dinyatakan valid dan reliabel dengan masing-masing dimensi *servqual*.

Tabel 4. Atribut Lima Dimensi Servqual

No	Kode Atribut	Atribut
Dimensi Tangibles (Bukti Fisik)		
1	T1	Kenyamanan restoran
2	T2	Lokasi yang mudah ditemukan
3	T3	Dekorasi ruang yang menarik
4	T4	Kelengkapan fasilitas
5	T5	Kerapihan penampilan karyawan
6	T6	Kelengkapan peralatan makan
Dimensi Reliability (Konsistensi)		
7	REL1	Kecepatan penyajian makanan
8	REL2	Kemampuan dalam mengolah makanan & minuman
9	REL3	Memberikan perhatian kepada pelanggan jika tempat penuh
10	REL4	Kesesuaian daftar menu dengan menu yang tersedia
Dimensi Responsiveness (Daya Tanggap)		
11	RES1	Waktu tunggu mengantri
12	RES2	Waktu tunggu menerima pesanan
13	RES3	Cepat tanggap ketika tempat penuh
14	RES4	Karyawan mampu memberikan penjelasan mengenai menu
Dimensi Empathy (Empati)		
15	E1	Komunikasi yang terjalin antar karyawan dan konsumen
16	E2	Kesesuaian jam kerja
17	E3	Memberikan pelayanan tanpa memandang status sosial
18	E4	Kesungguhan dalam merespon keinginan konsumen

Dimensi Assurance (Jaminan)		
19	AS1	Merasa aman berada dilingkungan restoran
20	AS2	Jaminan kebersihan dan kesegaran makanan

21	AS3	Jaminan penggantian jika menu tidak sesuai
----	-----	--

Hasil Nilai Servqual

Tabel.5 Hasil Nilai Tingkat Persepsi, Harapan dan Gap Setiap Atribut

Dimensi	Atribut	Tingkat Persepsi	Tingkat Harapan	Rata-rata		GAP
				Tingkat Persepsi	Tingkat Harapan	
Tangibles	T1	389	421	3,74	4,05	-0,31
	T2	389	422	3,74	4,06	-0,32
	T3	441	410	4,24	3,94	0,3
	T4	392	431	3,77	4,14	-0,37
	T5	376	423	3,61	4,07	-0,46
	T6	388	426	3,73	4,1	-0,37
Reliability	REL1	401	415	3,85	3,99	-0,14
	REL2	393	416	3,78	4	-0,22
	REL3	351	410	3,37	3,94	-0,57
	REL4	389	414	3,74	3,98	-0,24
Responsiveness	RES1	359	408	3,45	3,92	-0,47
	RES2	378	411	3,63	3,95	-0,32
	RES3	341	408	3,28	3,92	-0,64
	RES4	384	404	3,7	3,88	-0,18
Empathy	E1	380	415	3,65	3,99	-0,34
	E2	395	421	3,8	4,05	-0,25
	E3	417	428	4,01	4,11	-0,1
	E4	402	419	3,86	4,02	-0,16
Assurance	AS1	394	421	3,78	4,05	-0,27
	AS2	405	424	3,89	4,08	-0,19
	AS3	387	419	3,72	4,02	-0,3
Rata-rata		388,14	417,42	3,73	4,01	-0,28

Sumber : Hasil olahan data melalui SPSS versi 22.

Tabel.6 Hasil Nilai Tingkat Persepsi, Harapan dan Gap Setiap Dimensi

Dimensi	Persepsi	Harapan	GAP
Tangibles (bukti Fisik)	3,8	4,06	-0,26
Reliability (Konsistensi)	3,7	3,98	-0,28
Responsiveness (Daya Tanggap)	3,52	3,92	-0,4
Empathy (Empati)	3,83	4,04	-0,21
Assurance (Jaminan)	3,8	4,05	-0,25
Rata-rata	3,73	4,01	-0,28

Sumber : Hasil olahan data melalui SPSS versi 22.

Berdasarkan tabel.5 terlihat bahwa hampir keseluruhan atribut kualitas pada tiap dimensi memiliki nilai gap negatif, dan berdasarkan tabel.6 terlihat bahwa semua keseluruhan gap tiap dimensi memiliki nilai gap negatif. Ini menandakan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan belum sepenuhnya mampu memenuhi harapan konsumen dengan nilai gap negatif keseluruhan sebesar -0,28.

Tangibles. Pada dimensi *tangibles* (bukti fisik) atribut yang memiliki gap negatif paling tinggi yaitu sebesar -0,46 adalah atribut kualitas T.5 mengenai kerapian penampilan karyawan Restoran Tini Cake & Cookies, yang menunjukkan bahwa harapan konsumen terhadap kerapian karyawan belum sesuai dengan persepsi konsumen yang diterima. Sementara gap terendah sebesar 0,30 adalah atribut kualitas T.3 yaitu mengenai dekorasi restoran yang menarik. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap dekorasi maupun tata ruang dari restoran telah sesuai dengan harapan konsumen. Atribut kualitas T.3 ini juga merupakan satu-satunya atribut dengan nilai gap positif diantara atribut dari dimensi lain. Adapun berdasarkan tabel.5 hasil perhitungan gap dimensi *tangibles* (bukti fisik) sebesar -0,26 merupakan nilai gap terendah ke-3 dibandingkan dengan gap dimensi lainnya.

Reliability. Pada dimensi *reliability* (konsistensi) nilai gap negatif tertinggi

sebesar -0,57 ada pada atribut kualitas REL.3 yaitu mengenai konsistensi perhatian dari pihak restoran kepada konsumen jika tempat duduk penuh. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara harapan dan persepsi yang diterima konsumen atas konsistensi perhatian dari pihak restoran sehingga atribut kualitas pelayanan ini belum sesuai dengan harapan konsumen. Sedangkan gap negatif terendah sebesar -0,14 ada pada atribut kualitas REL.1 mengenai kecepatan pihak restoran dalam menyajikan makanan. Adapun hasil perhitungan gap tiap dimensi dari dimensi *reliability* (konsistensi) diperoleh sebesar -0,28 dimana nilai gap dari dimensi ini merupakan nilai gap tertinggi ke-2 dari gap dimensi lainnya.

Responsiveness. Dimensi berikutnya adalah dimensi *responsiveness* (daya tanggap). Gap negatif tertinggi yang dimiliki oleh dimensi ini terdapat pada atribut kualitas RES.3 dengan nilai gap sebesar -0,64 mengenai kecepatan pihak restoran dalam menanggapi kondisi ketika tempat duduk sudah penuh. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi yang diterima konsumen mengenai daya tanggap pihak restoran belum memenuhi harapan konsumen. Sementara itu dalam dimensi ini atribut dengan nilai gap negatif terendah sebesar -0,18 adalah atribut kualitas RES.4 mengenai kemampuan karyawan dalam menjelaskan pertanyaan konsumen tentang menu yang tersedia. Nilai gap dari dimensi ini merupakan gap tertinggi dibandingkan dimensi lain yaitu sebesar -0,40. Menunjukkan bahwa kesenjangan terbesar antara harapan dan persepsi yang diterima konsumen ada pada dimensi *responsiveness* (daya tanggap).

Empathy. Dimensi keempat adalah dimensi *Empathy* (Empati). Gap negatif tertinggi yang dimiliki oleh dimensi ini terdapat pada atribut kualitas E.1 sebesar -0,34 mengenai komunikasi yang terjalin antara karyawan dan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi yang dilakukan pihak restoran kepada konsumen belum sepenuhnya sesuai dengan harapan konsumen. Sedangkan gap negatif terendah sebesar -0,10 terdapat pada atribut E.3 mengenai pelayanan yang sama tanpa memandang status sosial.

Sedangkan nilai gap untuk dimensi ini sebesar -0,21 merupakan nilai gap terendah dibandingkan dimensi yang lain.

Assurance. Dimensi terakhir adalah dimensi *assurance* (jaminan). Gap negatif tertinggi yang dimiliki oleh dimensi ini ada pada atribut kualitas AS.3 yaitu sebesar -0,30 atribut kualitas ini merupakan atribut tentang jaminan penggantian jika ada ketidaksesuaian makanan yang dipesan. Sedangkan atribut kualitas AS.2 tentang jaminan kebersihan dan kesegaran makanan dan minuman menjadi atribut dengan gap terendah dengan nilai -0,19.

Berdasarkan hasil analisis dapat diketahui gap negatif tertinggi dari masing-masing dimensi dan gap negatif tertinggi dari masing-masing atribut. Gap negatif dari atribut kualitas RES.3 menjadi gap negatif paling tinggi dibandingkan dengan gap atribut kualitas lainnya, sedangkan gap negatif dimensi tertinggi dibandingkan dimensi lainnya ada pada dimensi *responsiveness* (daya tanggap). Dimana dapat dikatakan bahwa rata-rata konsumen Restoran Catering Tini Cake & Cookies merasa paling tidak puas dengan pelayanan pada dimensi daya tanggap dimana pihak restoran kurang cepat dalam menanggapi kondisi ketika tempat duduk sudah penuh.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari analisis kualitas pelayanan menggunakan metode *servqual* pada Restoran Catering Tini Cake & Cookies belum dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Gap negatif dari keseluruhan dimensi atribut kualitas bernilai sebesar -0,28. Hal ini sesuai dengan kriteria metode *servqual* dimana jika nilai kepuasan bersifat negatif menunjukkan adanya kesenjangan antara harapan yang diinginkan konsumen dengan persepsi yang diterima.

Nilai gap negatif tertinggi pada tiap dimensi berdasarkan analisis terdapat pada dimensi kualitas *Responsiveness* (konsistensi) dengan nilai gap negatif sebesar -0,40 dan nilai gap negatif terendah terdapat pada dimensi *Empathy* (Empati) dengan nilai gap negatif sebesar -0,21. Sedangkan nilai gap negatif tertinggi

untuk tiap atribut terdapat pada atribut kualitas RES.3 yaitu mengenai kecepatan pihak restoran dalam menanggapi kondisi ketika tempat duduk sudah penuh, dengan nilai gap negatif sebesar -0,64 dan gap negatif terendah terdapat pada atribut T.3 yaitu mengenai dekorasi restoran yang menarik dengan nilai gap positif sebesar 0,30.

Atribut kualitas yang menjadi prioritas perbaikan adalah atribut kualitas RES.3 (kecepatan pihak restoran dalam menanggapi kondisi ketika tempat duduk sudah penuh). Berdasarkan perhitungan analisis atribut kualitas tersebut memiliki nilai gap negatif terbesar diantara atribut kualitas yang lain sehingga diperlukan adanya perbaikan kualitas oleh pihak Restoran Catering Tini Cake & Cookies Malaysia.

IMPLIKASI DAN KETERBATASAN

Implikasi Penelitian

Hasil penelitian ini memberikan bukti baru bahwa sikap kecepat-tanggapan penyedia jasa terhadap penerima jasa menjadi hal yang sangat penting sehingga dapat meminimalisasi kesenjangan antara harapan dan persepsi penerima jasa. Hasil ini diharapkan bisa dijadikan dasar atau acuan bagi pihak-pihak terkait untuk meningkatkan performa kualitas pelayanan.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah dilakukan sesuai dengan prosedur ilmiah, akan tetapi masih memiliki keterbatasan mengenai waktu penelitian yang sangat singkat, dan karena keterbatasan waktu sehingga informasi yang dibutuhkan mengenai objek penelitian tidak begitu lengkap. Gap yang diteliti hanya dari gap 5.

Saran

Berdasarkan hasil pembahasan penelitian dan kesimpulan maka dapat diberikan saran-saran sebagai berikut :

Bagi Restoran Catering Tini Cake & Cookies dalam meningkatkan standar

kualitas pelayanan diharapkan untuk dapat memperbaiki atribut kualitas mengenai kecepatan daya tanggap pihak restoran terhadap konsumen apabila fasilitas tempat duduk di restoran sudah penuh, sebagai salah satu pertimbangan jika ingin mengembangkan usaha restoran, sehingga tidak ada lagi kesenjangan antara persepsi dan harapan konsumen terhadap pelayanan yang mereka rasakan dan pelayanan yang mereka harapkan.

REFERENCES

Buku

- Aulia, Ishak, 2010, *Manajemen Operasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Duwi, Priyatno, 2010, *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS*, Yogyakarta: Gava Media
- Heizer, Jay & Render, 2017, *Manajemen Operasi: Keberlangsungan Rantai Pasok*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono, 2012, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2015, *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*, Bandung : Alvabeta, Cv.
- Sugiyono, 2017, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung : Alvabeta, Cv.
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana 2003, *Total Quality Management (TQM) - Edisi Revisi*, Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy, 2012, *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*, Yogyakarta: Andi Offset
- Tjiptono, Fandy, dan Chandra, 2016, *Service, Quality & Satisfaction*, Yogyakarta: Andi Offset.

Jurnal

- Bakhtiar, et al., 2010. *Analisis Kualitas Pelayanan Yang Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan metode Servqual dan Model Kano*. J@TI Undip, Vol V, No 2, Mei. <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/igti/article/view/2048>
- Rahman, Abdul; Supomo, Heri. 2012. *Analisa Kepuasan Pelanggan Pada Pekerjaan Reparasi Kapal Dengan Metode Quality Function Deployment (QFD)*. Jurnal Teknik ITS Vol. 1, No. 1. <http://ejurnal.its.ac.id/index.php/teknik/article/view/309>
- Putra, Feki Dwi. 2013. *Analisis Kualitas Pelayanan Konsumen Pada Ritel Pamella 1 Yogyakarta*. Jurnal Manajemen Vol. 3, No. 2. <https://jurnalfe.ustjogja.ac.id/index.php/manajemen/article/download/160/155/>
- Paramita, M.S., Wike, A.P., dan Dhita, I, 2014, *Penilaian Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode Servqual dan Six Sigma (Studi Kasus Pada Restoran Dahlia Pasuruan)*, Jurnal Industria Vol. 4 No.3 <http://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/238>
- Aryanti Dwi, et al., 2013, *Analisis Tingkat Pelayanan Restoran Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus: Pada Dua Restoran di Kompleks Pertokoan Way Halim Permai Kota Bandar Lampung)*, Jurnal Industria Vol. 1 No. 2. <https://industria.ub.ac.id/index.php/industri/article/view/297>